

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ANEKA BIBIT BUAH
DI CV. MULYODADI KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana S1 (Strata 1)
pertanian pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian-Peternakan
Universitas Muhammadiyah Malang**



Oleh :

AHMAD ZULFIAN

201210210311017

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN-PETERNAKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

**“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ANEKA BIBIT BUAH DI CV. MULYODADI
KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG”**


Oleh

AHMAD ZULFIAN
NIM : 201210210311017

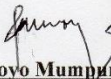
Disetujui oleh:

Pembimbing Utama

Tanggal, 30 Maret 2019



Rahmad Pulung Sudibyo, SP., MP
NIP : 105 0203 0370

Pembimbing Pendamping


Ir. Gumoyo Mumpuni Ningsih, M.P
NIP : 19680916 199303 2 001

Tanggal, 30 Maret 2019

Malang, 30 Maret 2019
Menyetujui.

An. Dekan
Fakultas 1,

Dr. Ir. A. S. Winaya, MM, M.Si.
NIP : 19640514 199003 1 002


Dr. Ir. Istis Baroh, M.P
NIP : 105 8802 0061

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI


**“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ANEKA BIBIT BUAH DI CV. MULYODADI
KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG”**

Oleh :
AHMAD ZULFIAN
NIM : 201210210311017

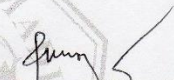
Disusun berdasarkan Surat Keputusan Dekan
Fakultas Pertanian – Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang
Nomor 07/SK-AA/II/2019 dan Rekomendasi Komisi Skripsi
Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang pada tanggal 30 Maret
2019 menyetujui

Dewan Penguji :

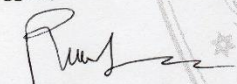
Pembimbing Utama,


Rahmad Pulung Sudibyo, SP., MP
NIP : 105 0203 0370

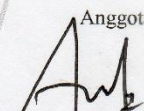
Pembimbing Pendamping,


Ir. Gumoyo Mumpuni Ningsih, M.P
NIP : 19680916 199303 2 001

Anggota,



Dr. Ir. Rahayu Relawati, MM
NIP : 19650101 199003 2 003

Anggota,



Ary Bakhtiar, SP., MSi
NIP : 170 7010 1 1992

Malang, 30 Maret 2019
Mengesahkan.

Dekan
Fakultas Pertanian Peternakan,


Dr. H. David Hermawan, MP., IPM.
NIP : 19660526 199003 1 003

Ketua Program Studi Agribisnis,


Dr. Ir. Istis Baroh, M.P
NIP : 105 8802 0061

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama Ahmad Zulfian

NIM 201210210311017

Progam Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian Peternakan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ANEKA BIBIT BUAH DI CV. MULYODADI KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG”** adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang diacu dalam naskah ini dan telah dituliskan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik.

Malang, 30 Maret 2019
Yang menyatakan,



Ahmad Zulfian

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Ahmad Zulfian dilahirkan di Lamongan pada tanggal 13 Januari 1994. Ahmad Zulfian adalah anak pertama dari 2 bersaudara, terlahir dari pasangan Bapak Khoiruman dan Ibu Umaroh. Berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam, beralamat di Jl. Pondok RT 04 RW 06 Desa Paciran Kecamatan

Paciran Kabupaten Lamongan. Pendidikan Taman Kanak-kanak (TK) di TK Dharma Wanita Persatuan Gluran Ploso, Benjeng, Gresik tamat tahun 2000, Pendidikan Dasar ditempuh di MIM 01 Pondok Modern Paciran, Lamongan lulus tahun 2006. Pendidikan Menengah Pertama ditempuh MTSM 01 Pondok Modern Paciran, Lamongan lulus tahun 2009. Pendidikan Menengah Atas ditempuh MAM 02 Pondok Modern paciran, Lamongan lulus tahun 2012. Pendidikan terakhir ditempuh pada bulan Agustus 2012 di Universitas Muhammadiyah Malang, Progam Studi Agribisnis Fakultas Pertanian – Peternakan.

ABSTRAK

Ahmad Zulfian, 201210210311017. Analisis Strategi Pemasaran Aneka Bibit Buah di CV. Mulyodadi Kecamatan Dau Kabupaten Malang, Skripsi dibawah bimbingan: Rahmad Pulung Sudibyo, SP., MP dan Ir. Gumoyo Mumpuni Ningsih, M.P

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi pemasaran bibit buah yang dipasarkan CV. Mulyodadi & Merumuskan alternatif strategi pemasaran bibit buah dengan melihat kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dihadapi oleh CV. Mulyodadi. Pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* & pengambilan sampel dari konsumen menggunakan *Accidental sampling*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif. Kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan analisis SWOT pada CV. Mulyodadi adalah kekuatan tempat yang tergolong strategis dan produk bibit yang berkualitas, kelemahan kurangnya tempat pertemuan dan toko online, peluang Keanekaragaman variasi bibit dan nama perusahaan yang dikenal luas oleh konsumen, Ancaman Perlunya tempat peristirahatan bagi para konsumen. Strategi yang paling sesuai untuk diterapkan pada CV. Mulyodadi yaitu strategi SO dengan memanfaatkan keuntungan melalui harga dan produk bibit yang berkualitas dengan memanfaatkan nama perusahaan yang sudah dikenal luas dan tempat yang tergolong strategis.

Kata kunci: Analisa SWOT, Kekuatan, Kelemaha, Peluang, Ancaman, Strategi Pemasaran.

ABSTRACT

Ahmad Zulfian, 201210210311017. *Analysis of Marketing Strategies for Various Fruit Seeds on the CV. Mulyodadi, Dau District, Malang Regency*, undergraduate thesis under guidance: Rahmad Pulung Sudibyo, SP., MP dan Ir. Gumoyo Mumpuni Ningsih, M.P

This study aims to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats that affect the marketing of fruit seeds marketed CV. Mulyodadi & Formulate alternative marketing strategies for fruit seedlings by looking at the conditions of the internal environment and external environment faced by CV. Mulyodadi. Sampling using Purposive Sampling & sampling from consumers using accidental sampling. The type of research used is qualitative research. Types and sources of data used in this study are primary and secondary data. Data collection techniques using interviews, questionnaires and observation. The data analysis technique used is qualitative analysis. Conclusions from the results of the analysis and discussion of the SWOT analysis on the CV. Mulyodadi is a strategic place strength and quality seed products, weaknesses in the lack of meeting places and online stores, opportunities for diversity of seed varieties and company names that are widely known by consumers, Threats The need for resting places for consumers. The most appropriate strategy to be applied to the CV. Mulyodadi is an SO strategy by utilizing profits through price and quality seed products by utilizing a well-known company name and a strategic location.

Keywords: SWOT Analysis, Strength, Overrides, Opportunities, Threats, Marketing Strategy.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Analisis Strategi Pemasaran Aneka Bibit Buah Di CV Mulyodadi Kecamatan Dau Kabupaten Malang**. Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian-Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam penyusunan dan penulisan laporan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Ir. Istis Baroh, MP selaku ketua jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian-Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Rahmad pulung Sudibyo, SP., MP. Selaku dosen pembimbing utama yang dengan sabar memberikan arahan dan bimbingan kepada saya dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Ir. Gumoyo mumpuni Ningsih, MP. Selaku dosen pembimbing pendamping yang senantiasa bersabar dalam membimbing dan memberikan arahan kepada saya dalam proses perkuliahan maupun proses penyusunan skripsi ini.

4. Kedua orang tua saya bapak khoiruman dan ibu umaroh serta adik saya danil fajar yang senantiasa memberi dukungan baik moral dan materi, serta senantiasa mendoakan keberhasilan saya dalam hal apapun.
5. Direktur CV. Mulyodadi beserta jajaran yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian dan memberi banyak bantuan informasi selama penelitian berlangsung.
6. Kawan - kawan Agribisnis angkatan 2012 yang sudah menjadi bagian keluarga baru di kota malang dan banyak memberikan banyak kenangan selama masa perkuliahan berlangsung.
7. Keluarga Besar IMM ADOLESENSI FPP UMM yang juga menjadi bagian keluarga baru di kota malang dan juga telah banyak memberikan ilmu serta pengetahuan sampai saat ini. Serta selalu memberikan dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Kawan - Kawan Gemar Desa Malang yang menjadi bagian keluarga baru serta selalu memberikan dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Kawan – kawan kontrakanku yang selalu menghiasi setiap hari – hari hidup di malang dan memeberikan banyak kenangan dan pengalaman. (kontrakan 38B, Tirto gang 11, Tirto Taruno, dan Sumbersekar).
10. Saudari Elok Cahya Ningrum S.Ak yang telah menjadi teman sambat yang baik dan juga banyak memberikan dukungan dalam hal apapun agar penyusunan skripsi ini selesai.

Penulis menyadari tidak ada yang sempurna di dunia ini, kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT sehingga kritik dan saran sangat diharapkan oleh

penulis. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca serta mendapat rahmat dan pahala dari Allah SWT.

Malang, 30 Maret 2019

Penulis



DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Istilah dan Pengukuran Variabel	6
1.5.1 Batasan Istilah	6
1.5.2 Pengukuran Variabel	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Karakteristik Buah-buahan	14
2.2.2 Konsep Dasar Pemasaran	16
2.2.3 Strategi Pemasaran	17
2.2.4 Lingkungan Pemasaran Perusahaan	21
2.2.5 Aspek Lingkungan Internal Pemasaran Perusahaan	22
2.2.6 Aspek Lingkungan Eksternal Pemasaran	31
2.2.7 Matriks SWOT	35
2.2.8 Kerangka Pemikiran	36
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.2 Metode Pemilihan Sampel	38
3.3 Sumber Data	39
3.4 Metode Pengambilan Data	40
3.5. Metode Analisis Data	40
3.5.1 Matriks SWOT	41

BAB IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian	43
4.2 Letak Geografis dan Luas Daerah	43
4.3 Profil Perusahaan CV Mulyodadi	44
4.3.1 Sejarah Berdirinya CV Mulyodadi	44
4.3.2 Lokasi CV Mulyodadi	44
4.3.3 Visi, Misi, dan Motto CV Mulyodadi	44
4.4 Struktur Organisasi	45
4.4.1 Tenaga Kerja CV Mulyodadi	46
4.4.2 Hari dan Jam Kerja Karyawan	47

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Analisis SWOT	48
5.1.1 Perumusan Faktor Internal dan Eksternal	48
5.1.2 Responden Analisis SWOT	50
5.2 Analisis Faktor Internal dan Eksternal	51
5.3 Penilaian Responden Berdasarkan Faktor Internal dan Eksternal CV Mulyodadi	58
5.4 Pembobotan <i>Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)</i>	60
5.2 Perumusan Strategi	64

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

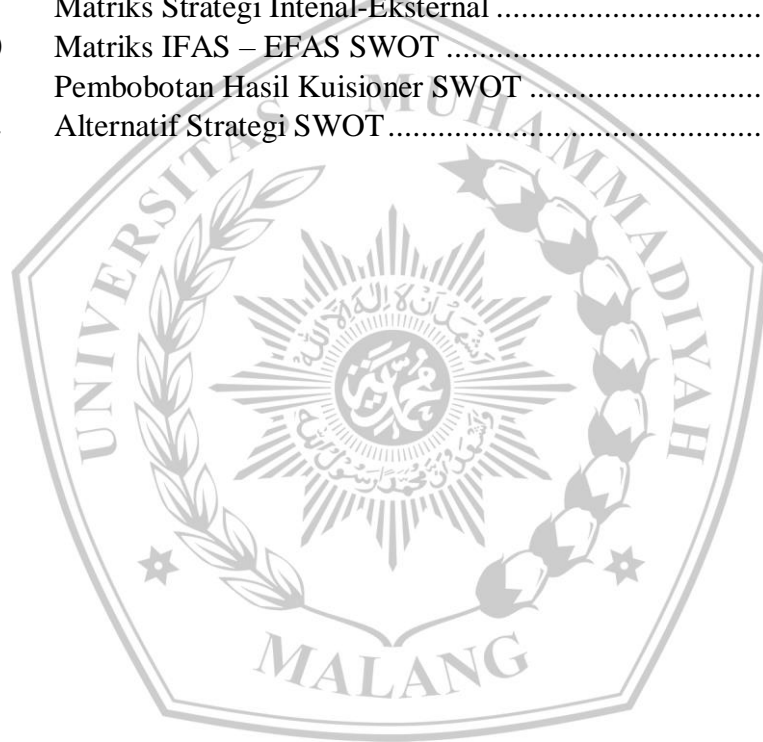
6.1 Kesimpulan	71
6.2 Saran	71

DAFTAR PUSTAKA	xvi
-----------------------------	------------

LAMPIRAN	75
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Matriks SWOT	42
Tabel 4.1	Pendidikan Karyawan CV. Mulyodadi	47
Tabel 5.1	Perumusan Identifikasi Faktor Internal	49
Table 5.2	Perumusan Indentifikasi Faktor Eksternal.....	50
Table 5.3	Faktor Kekuatan dan Kelemahan pada CV. Mulyodadi	51
Table 5.4	Faktor Peluang dan Ancaman pada CV. Mulyodadi.....	55
Table 5.5	Hasil Penilaian Responden Berdasarkan Faktor Internal	59
Table 5.6	Hasil Penilaian Responden Berdasarkan Faktor Eksternal	60
Table 5.7	<i>Internal Factor Analysis Summary (IFAS)</i>	61
Table 5.8	<i>External Factor Analysis Summary (EFAS)</i>	62
Table 5.9	Matriks Strategi Intenal-Eksternal	64
Table 5.10	Matriks IFAS – EFAS SWOT	66
Table 5.11	Pembobotan Hasil Kuisisioner SWOT	69
Tabel 5.12	Alternatif Strategi SWOT	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Sederhana Pemasaran (Kotler dan Amstrong, 2008)	18
Gambar 2.2	Bauran Pemasaran Kotler & keller 2009	27
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4.1	Struktur Organisasi CV. Mulyodadi	46
Gambar 5.1	Diaagram Analisis SWOT CV. Mulyodadi	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	75
------------------	----



DAFTAR PUSTAKA

- Augusty T, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- David, Fred R. 2005. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- . 2006. *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- Ferrel, O C and D, Harline. 2005. *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation.
- Fitriani, E. 1997. *Analisis Strategi Pemasaran Buah Segar "Study Kasus Di Toko Buah TROPIS"*. Jakarta: SKRIPSI. Universitas Borobudur.
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary. 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- . 1996. *Principles of Marketing*. Seventh Edition. New Jersey: Prentice Hall Inc, Englewood Cliffs.
- . 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- . 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi VII. Yogyakarta: BPFE.
- . 1993. *Manajemen Pemasaran, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Rosdakarya Swadaya.
- . 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan Implementasi, dan Kontrol*. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dan Principles of Marketing 9e). Jakarta: PT. Prenhalindo.
- . 2003. *Marketing Management. An Asian Perspective (Third Edition)*. Singapore: Prentice Hall, Person Educations Asia Pte. Ltd.
- Kristianto, Ardian. 2006. *Strategi Pemasaran Jamu Tradisional Pada PT. Fito Medisina*. Bogor.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Moorcy, F. 2003. *Analisis Perilaku Konsumen Toko Buah Segar X Jakarta Selatan, SKRIPSI*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Pancaningrum, Erminati. 2007. *Analisi SWOT Pada Strategi Pemasaran*. <https://www.scribd.com/doc/97408906/ANALISIS-SWOT-TERHADAP-STRATEGI-PEMASARAN>. 20 Desember 2016.
- Pearce, JA dan Robinson RB. 2008. *Manajemen Strategi Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi 10. Disunting oleh Christine Bactiar Y. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- . 2005. *Marketing Analysis Mode Easy*. Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Rukmana, R. 2003. *Usaha Tani Markisa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Saragih, B. 2001. *Agribisnis (Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian)*.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Swastha, D. H, Basu. 2001. *Azas-azas Marketing*. Edisi Kelima. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Irawan. 1999. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- . 2008. *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wheelen TL dan Hunger JD. 2003. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Winardi. 1989. *Strategi Pemasaran (Marketing Strategy)*. Bandung: Mandar Mundur.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama Ahmad Zulfian

NIM 201210210311017

Progam Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian Peternakan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ANEKA BIBIT BUAH DI CV. MULYODADI KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG”** adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang diacu dalam naskah ini dan telah dituliskan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik.

Malang, 30 Maret 2019
Yang menyatakan,



Ahmad Zulfian